

آینده شعب در عصر دیجیتال

نویسنده : انسیه پولادزاده – مدیریت شعب شمال غرب

در نظر بگیرید مقابل یک دستگاه خودپرداز با قابلیت ویدئو کنفرانس تعاملی ایستاده اید و قصد دارید در خصوص نوعی از سرمایه گذاری یا اعطای وام مشورت بگیرید. تکنولوژی، این امکان را فراهم کرده است که از طریق دستگاه خودپرداز با یک مشاور گفت و گو کنید. یا فرض کنید می خواهید مجموعه ای از تراکنش های بانکی مثل دریافت وجه ، پرداخت قبض ، انتقال وجه و انجام دهید. یک دستگاه خودپرداز نسل جدید به راحتی به برنامه کاربردی موبایل هوشمند متصل شده و با اسکن یک بارکد از موبایل شما و دریافت مشخصات شناسایی تان تراکنش بانکی مورد نظر را انجام می دهد.

در سالهای اخیر، حرکت به سوی بانکداری دیجیتال شتاب گرفته است، چنانکه موسسات مالی و بانک های سنتی به سرعت در حال به کارگیری فناوری های مالی و معرفی محصولات و خدمات جدید هستند . حال این پرسش مطرح است که در این میان آینده شعب چه خواهد شد ؟ یا شاید بهتر باشد بپرسیم، آیا آینده ای برای شعب وجود دارد ؟

تحقیقاتی از سوی Accenture در کانادا و آمریکا ، بر روی چهار هزار بانک نشان می دهد که در سالهای اخیر شعب برخی بانکها در این مناطق با نرخ بالا و سرعت بسیار زیاد در حال بسته شدن هستند . با این روند به راحتی افرادی را می بینیم که معتقدند شعبه خواهد مرد و آینده متعلق به بانکهای دیجیتال است . اما نکته مهم این است که امروزه یکی از مسایل کلیدی که بانکها با آن روبرو هستند، تغییر نگرش مشتریان است. آنها دیگر چون گذشته به بانکها نگاه نمی کنند. بر اساس پژوهش های این موسسه ، ۷۹ درصد مشتریان روابطشان را با بانک صرفا عملکرد های ساده می دانند، نه سرویس دهی یا مشاوره ! همچنین مشتریان ، به طور فزاینده ای همین عملیات ساده بانکی را به صورت دیجیتال انجام می دهند و روش های دیجیتال را عملا جایگزین عملیات درون شعبه ای می کنند . با توجه به این آمار، آیا بانکها باید در تعداد شعب فیزیکی شان بازنگری داشته باشند و به سمت دیجیتال شدن حرکت کنند ؟ در واقع هنوز نه ! اگرچه امروزه شعبه ها برای برخی عملیات ، بسیار گران به نظر می رسند، اما همچنان روابط طبیعی مشتریان ، ترویج و ارتقای تصویر بانک و القای احساس امنیت به مشتریان از طریق شعب فیزیکی صورت می گیرد . مشتریان هنگام مواجه شدن با مسائل پیچیده مالی یا معاملات بزرگ، کماکان ترجیح می دهند گزینه رفتن به شعبه را در اختیار داشته باشند . تنها ۲۹ درصد مشتریان ، در این پژوهش اعلام کردند که در سال ۲۰۲۰ کمتر از شعب استفاده خواهند کرد . دقت کنید: " کمتر ، نه اصلا " ، بنابراین شعب بانک ها هنوز کارهای زیادی برای انجام دادن دارند.

اقدامات موسسات مالی و بانکی به شرطی موثر واقع می شوند که در هر دو عرصه فیزیکی و دیجیتال یا به بیان دیگر، در هر دو سنت بانکداری و فناوری مالی ، حضور داشته باشند . این امر به آنها اجازه خواهد داد روابط محکمی با مشتریان خلق کنند و در سایه آن روابط بتوانند ارزش سازی کرده و این ارزش را در تولید، ارائه خدمات و جذب منابع جدید که نتیجه آن درآمدهای جدید است به سطوح بالاتری ارتقا دهند .

به طور طبیعی بالاتر رفتن قابلیت های دیجیتال و کامل شدن آن از ترافیک و تعدد مشتریان در شعبه می کاهد و این یکی از دلایل ابتدایی پرداختن برخی بانکها به مقوله کاهش هزینه است، اما بیشتر نگاه ها متوجه تبدیل شبکه بانکی به مراکزی برای فروش و خدمات پس از فروش خواهد شد . بدین ترتیب شعبه دچار یک تغییر دائمی است . حالا دیگر شعبه جایی است برای روابط رودر رو و بی واسطه ، جایی که مشتریان می توانند آنچه از مسیرهای آنلاین و نرم افزارهای کاربردی را به صورت مقدماتی ایجاد کرده اند با عملیات درون شعبه ای تکمیل کنند. در کنار این، بانکها فرصت خواهند یافت برای قابلیت های دیجیتالی شان ، خط و مشی تعیین کرده و شعب ، اهداف عالی بانک را بر مبنای این خط و مشی ، رقم بزنند . موفقیت بانک در گرو پیش بینی راهبرد جدید دیجیتال برای اهداف سنتی این صنعت است . فروش تدریجی و ایجاد وفاداری در مشتریان کمک می کند فناوری های جدید در امتداد حرکت روبه جلوی شعبه باشد .

در این شرایط شعب روی جذب منابع تمرکز می کنند ، توسعه خدمات را امکان یابی کرده و با افزایش کیفیت خدمات و ارائه مشاوره ، خدماتشان را از شکل قدیم خارج و مبدل به خدمات تخصصی می کنند .

برای رسیدن به این هدف یعنی تبدیل شعبه به مراکز تخصصی و مشاوره مالی، موسسات مالی نیازمند سرمایه گذاری گسترده روی زیر ساخت های فناوری اطلاعات هستند، چرا که آنها علاوه بر ایجاد ارتباط یکپارچه میان شعب باید بتوانند در بحث امنیت ، کیفیت ارتباط و سرعت با یکدیگر رقابت کنند.

در برخی نقاط جهان بانکها حتی یک گام فراتر رفته و اجازه داده اند نرم افزارهای کاربردی شان را کاربران و مشتریان ، مطابق با نیازهایشان، توسعه دهند که البته این موضوع با رعایت نکات امنیتی می تواند بانکداری دیجیتال را، هم از حیث فرم و هم از حیث محتوا متحول سازد .

شعب بانکها در عصر دیجیتال، کارهای زیادی برای انجام دادن دارند اما درصد دستیابی به نتایج دلخواه ، بستگی به نوع دیدگاه ، شناخت مشتریان، تعامل با آنها و ارتقای زیرساخت های فنی خواهد داشت. در واقع، لازم نیست بانکها برای کاهش هزینه ها بیشتر شعب را تعطیل کنند، بلکه باید برنامه های جدیدی برای درآمدزایی آن ها داشته باشند .